

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan ulasan pada penelitian skripsi yang berjudul “*Islamic Customer Relationship Management, Profit Sharing dan Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai pengaruh *Islamic customer relationship management* dengan menggunakan uji IBM statistic SPSS 26 nilai koefisien regresi sebanyak 0,043 dan t hitung > t tabel adalah ($2,069 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *Islamic customer relationship management* secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
2. Nilai pengaruh *Profit sharing* dengan menggunakan uji IBM statistic SPSS 26 nilai koefisien regresi sebanyak 0,003 dan t hitung > t tabel adalah ($2,037 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *profit sharing* secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
3. Nilai pengaruh *digital banking* dengan menggunakan uji IBM statistic SPSS 26 nilai koefisien regresi sebanyak 0,068 dan t hitung > t tabel adalah ($3,702 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi $0,008 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *digital banking* secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
4. Hasil uji statistik IBM SPSS 26 mengenai pengaruh *Islamic customer relationship management, profit sharing dan digital banking* terhadap loyalitas nasabah ditunjukkan dengan F hitung > F tabel sebesar $9,455 > 2,70$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehubungan dengan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa *Islamic customer relationship management, profit sharing dan digital banking* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Kudus. Dengan kontribusi dari variabel independen menunjukkan

R^2 65,4% terhadap variabel dependen. Sedangkan faktor tambahan yang tidak tercakup dalam penelitian ini sebesar 34,6%.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan metode ilmiah, akan tetapi masih banyak keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel *Islamic customer relationship management*, *profit sharing* dan *digital banking* yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Jika terdapat variabel-variabel yang tidak berpengaruh maka tidak dipungkiri bahwa terdapat teori-teori dan variabel lain diluar penelitian.
2. Pada penelitian ini, masih terdapat keterbatasan pada sumber referensi penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pengaruh *Islamic customer relationship management*, *profit sharing* dan *digital banking* terhadap loyalitas nasabah.
3. Karena sedikitnya kuantitas sampel dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga peneliti, maka nalisis ini hanya megambil sampel sebanyak 97 responden,
4. Membutuhkan waktu yang tepat dalam memberikan angket kepada responden.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan yang bersangkutan atau pihak lain yang membutuhkannya.

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, riset ini hendaknya digunakan sebagai bahan evaluasi dan sebagai panduan untuk peningkatan masa depan dalam *Islamic customer relationship management*, *profit sharing* dan *digital banking*. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah BSI KC Kudus, perusahaan juga dapat meningkatkan fitur-fitur tertentu dari variabel *profit sharing* yang dalam penelitian ini pengaruhnya paling kecil diantara ketiga variabel tersebut.

2. Bagi nasabah pengguna BSI, diharapkan dapat menggunakan salah satu layanan perbankan digital secara maksimal dan mendorong orang lain termasuk keluarga, teman, dan lainnya untuk menjadi nasabah BSI KC Kudus.
3. Bagi lembaga akademik, khususnya Institut Agama Islam Negeri Kudus, diharapkan riset ini dapat menambah pengetahuan dan bahan referensi dalam penelitian yang berkaitan dengan *Islamic Customer Relationship Management*, *Profit Sharing* dan *Digital Banking* terhadap loyalitas nasabah, khususnya pada BSI KC Kudus.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dalam studi yang sama pada khususnya. Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan yang perlu diperbaiki pada penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga diharapkan dapat dijadikan referensi dan dapat ditambahkan variabel-variabel yang dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap loyalitas pelanggan di masa mendatang..

